

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Susu merupakan salah satu komoditas yang cukup diunggulkan dibidang peternakan, baik pada aspek ekonomi maupun aspek kandungan gizinya. Selain sebagai penyumbang produk domestik bruto, susu juga memiliki kandungan nutrisi yang tergolong lengkap. Hampir 90% kandungan nutrisinya mampu diserap oleh tubuh manusia. Susu sendiri tergolong ke dalam makanan yang mudah rusak. Susu segar yang belum melewati pengolahan hanya bisa dikonsumsi kurang lebih 4 jam dari proses pemerahan, ini disebabkan karna susu merupakan media yang baik untuk berkembangnya bakteri. Oleh karena itu perlu dilakukan pengolahan terhadap susu segar, sehingga dapat memperpanjang masa awet susu. Selain itu pengolahan pada susu mampu menambah cita rasa enak (palatabilitas), meningkatkan nilai gizinya serta harga jualnya.

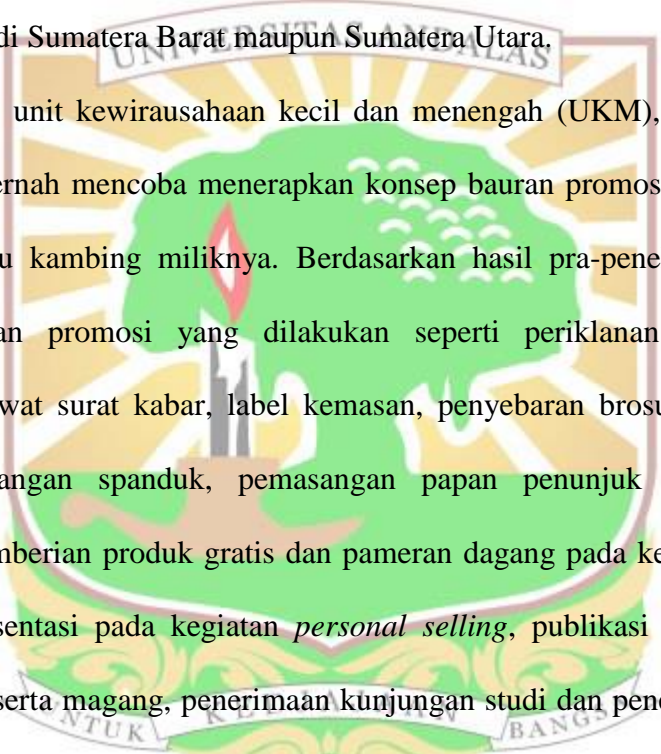
Susu kambing merupakan sumber protein terbaik setelah telur dan hampir setara dengan ASI. Sejak ribuan tahun yang lalu, susu kambing sudah sering digunakan sebagai pengobatan dan pencegah penyakit. Beberapa macam penyakit yang mampu disembuhkan, diantaranya: alergi, asma, gangguan pernafasan, kolesterol, asam urat, diabetes, osteoporosis, reumatik dan mag. Susu kambing memiliki banyak keistimewaan dibandingkan dengan susu lainnya. Menurut (Setiawan dan Tanius, 2003), keistimewaan susu kambing diantaranya adalah tingginya kandungan protein, enzim dan vitamin A. Jarang ditemukan konsumen susu kambing yang menderita penyakit diare, hal itu disebabkan karena komposisi susu kambing dan bentuk morfologinya sangat unik sehingga mudah diserap oleh organ pencernaan.

Di Sumatera Barat belum ada industri yang bergerak dibidang susu kambing, yang baru ada hanyalah Unit Pengolahan Susu (UPS) dan itu pun jumlahnya masih terbatas. Salah satu UPS yang telah mampu memproduksi susu kambing dengan mengelola susu kambing dalam berbagai bentuk olahan dan telah memiliki kemasan serta merek sendiri adalah UPS *Rantiang Ameh*. UPS *Rantiang Ameh* merupakan unit pengolahan susu hasil dari kegiatan budidaya kambing perah dari Kelompok Tani Ternak *Rantian Ameh* yang di pelopori oleh Bapak Ir. Amrizal dan Bapak Febryon Tri Intano S.Pt selaku ketua dan sekretaris pada kelompok ini. kelompok tani ternak ini berlokasi di Kayu Rantiangan, Nagari Bukik Batabuah, Kecamatan Canduang Kabupaten Agam dan UPS ini merupakan satu-satunya unit pengolahan susu yang ada di kabupaten Agam. UPS *Rantiang Ameh* sendiri berdiri semenjak tahun 2014 dan UPS merupakan sebuah program bantuan pengembangan kelompok tani ternak oleh pemerintah daerah Sumatera Barat.

Sebagai Unit Pengolahan Susu kambing yang telah memiliki standar operasional yang baik, UPS *Rantiang Ameh* sering mendapat kunjungan oleh lembaga-lembaga maupun instansi baik dari pihak akademisi, dinas maupun kelompok-kelompok tani dalam rangka kunjungan studi. Selain itu UPS *Rantiang Ameh* juga sering dijadikan tempat kegiatan pemagangan dan penelitian oleh siswa SMK maupun mahasiswa Peternakan. Ini menunjukkan bahwa UPS *Rantiang Ameh* memiliki kepopuleran yang lebih dibandingkan dengan unit-unit usah lainnya yang bergerak dibidang peternakan yang ada di Sumatera Barat.

Dalam kegiatan pemasaran, susu hasil olahan UPS *Rantiang Ameh* telah mampu menjangkau sebagian besar wilayah Sumatra Barat seperti daerah Pasaman, Pariaman, Padang, Payakumbuh dan Tanah Datar. Bahkan juga telah mampu

menjangkau kota luar provinsi Sumatera Barat seperti Riau, Medan, Jambi dan Palembang. Untuk pasar susu kambingnya sendiri pasarnya didominasi oleh konsumen lembaga atau *reseller* yaitu sebanyak 60% dibandingkan dengan konsumen langsung yang jumlahnya relatif lebih kecil yaitu sebanyak 40%. Untuk pasar di luar kota dan di luar provinsi semuanya adalah konsumen lembaga, sedangkan untuk pasar dalam daerah didominasi oleh konsumen langsung. Selain itu pemasaran susu kambing ini juga melakukan kerja sama dengan beberapa *coffee shop* yang ada di Sumatera Barat maupun Sumatera Utara.



Sebagai unit kewirausahaan kecil dan menengah (UKM), UPS *Rantiang Ameh* sudah pernah mencoba menerapkan konsep bauran promosi pada kegiatan pemasaran susu kambing miliknya. Berdasarkan hasil pra-penelitian kegiatan-kegiatan bauran promosi yang dilakukan seperti periklanan melali radio, pengiklanan lewat surat kabar, label kemasan, penyebaran brosur, pemasangan poster, pemasangan spanduk, pemasangan papan penunjuk pada kegiatan periklanan, pemberian produk gratis dan pameran dagang pada kegiatan promosi penjualan, presentasi pada kegiatan *personal selling*, publikasi melalui media, penerimaan peserta magang, penerimaan kunjungan studi dan penerapan identitas visual pada kegiatan hubungan masyarakat dan publisitas, serta penggunaan sosial media pada kegiatan pemasaran langsung.

Dengan dilakukannya berbagai bentuk kegiatan bauran promosi oleh UPS *Rantiang Ameh* seharusnya mampu untuk memperluas pasar sehingga produksi untuk penjualan juga bisa ditingkatkan. Namun kenyataan pada saat sekarang daya serap pasar baru bisa menampung tidak lebih 30 L per hari. Secara teoritis seharusnya semakin banyak kegiatan promosi yang di lakukan maka semakin

banyak pasar yang terbuka, namun kenyataannya beberapa tahun belakan produksi sengaja dibatasi mengingat pasar sudah mencapai tahap jenuh, hal ini berdampak kepada pembatasan jumlah produksi susu yang dijual. Hal ini dapat memperlihatkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan UPS *Rantiang Ameh* tidak berjalan efektif. Kurang efektifnya kegiatan promosi ini, bisa disebabkan oleh strategi komunikasi promosi yang kurang tepat.

Dari uraian di atas, maka peneliti merasa sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Promosi Susu Kambing (Studi Deskriptif pada Unit Pengolahan Susu (UPS) *Rantiang Ameh*, Nagari Bukik Batabuah, Kecamatan Canduang, Kabupaten Agam)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana bentuk kegiatan bauran promosi yang dilakukan UPS *Rantiang Ameh* dalam mempromosikan produk susu kambing.
2. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan UPS *Rantiang Ameh* dalam mempromosikan produk susu kambing.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bentuk kegiatan bauran promosi yang dilakukan UPS *Rantiang Ameh* dalam mempromosikan produk susu kambing.
2. Mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan UPS *Rantiang Ameh* dalam mempromosikan produk susu kambing.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah ilmu pengetahuan dibidang agribisnis persusuan, khususnya agribisnis susu kambing.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan kepada peternak kambing perah atau pebisnis susu kambing dalam mempromosikan susu kambing.
3. Sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang membahas mengenai strategi komunikasi dalam promosi produk susu kambing.

